

个人号私域转化模型

模型简介：该模型充分赋能销售员线上成交转化，并将跟客户的弱关系变为强关系，再通过私域的精细化运营持续复购转化，提高每个用户的GMV。

模型适合：有较多销售/导购资源的客户

典型案例



加我领原图，得更多干货！



成本与收入-经营模型

	成本	<	收入
关键因子	用户标签体系、精细化运营		用户复购频次 用户客单价
保障体系	人设剧本、朋友圈剧本、销售sop 内容运营策略、选品策略		转化体系设计、用户复购体系 社群/个人号IP运营体系

核心节点-私域转化模型



* 因与企业客户合作有保密协议，且行业竞争激烈，部分敏感数据已隐去

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

扫码免费领取资料



房中术(www.nblax520.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程: 英语学习, 技能提升, PS 教学, 投资赚钱, 音乐教程, 口才教学, 情商提升, 风水教学, 心理学, 摄影知识, 幼儿教育, 书法学习, 记忆力提升等等.....

扫码加微信lax988988领取资料



全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ: 167520299 或添加微信: 1131084518 (备注 学习)

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能, 理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课, 全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信: 1131084518

- 1、东方性经
 - 2、印度 17 式
 - 3、口交技巧 3 部
 - 4、港台性姿势 3 部
 - 5、365 性姿势 6 部
 - 6、泰国性爱密经 17 式
 - 7、花花公子性技巧 6 部
 - 8、阁楼艳星性技巧 7 部
 - 9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
 - 10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
 - 11、古代宫廷性保健系列 14 部
 - 12、汉唐宋元明清春宫图真人
 - 13、柔软性爱宝典 日本 9800 课
 - 14、李熙墨 3999 全套课
 - 15、妖精性爱课 2888
 - 16、李银河全套性课
 - 17、领统统性课
 - 18、德勇男性篇
 - 19、德勇男性篇
 - 20、缓慢性爱
 - 21、亚当多体位搭配篇
 - 22、亚当多体位结合篇
 - 23、德勇克服早泄讲座练习
 - 24、德勇以女性为中心得爱抚
 - 25、加藤鹰接吻爱抚舌技
 - 26、加藤鹰指技
 - 27、加藤鹰四十八手入门
 - 28、佐藤潮吹教学
 - 29、佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
 - 30、佐藤男人早泄对抗训练
 - 31、阿拉伯延时训练
 32. 田渊正浩秘籍
 33. 异性性快感集中训练教学
 34. 自我愉悦锻炼密宗
 35. 铁牛全套延时训练课
 36. Pc 机锻炼真人视频教学
 37. 印度性经全集 8 部
 38. 21 世纪性爱指南
 39. 香蕉大叔男女训练馆全套
 40. 中美真人性治疗教学+理论
 41. 女性闺房秘术
 42. 幸福玛利亚性课
 43. 陈见如何释放性魅力征服
 44. 性爱技巧讲座全套
 45. 性爱秘籍全套
 46. 性爱误区讲座
 47. 性病讲解大全
 48. 性博士讲座合集
 49. 性健康和性高潮合集
 50. 性教育讲座合集
 51. 性能力课堂合集
 52. 性生活问题解析合集
 53. 意外怀孕和避孕处理课堂
 54. 性感地带探索
 55. 性技巧讲座
 56. 性健康与性卫生讲座
 57. 性生活专家答疑
 58. 性心理与性道德合集
 59. 性爱宝典合集
 60. 性爱技巧合集
 61. 完美性爱演示
 62. 完美性爱技术讲解
- 更多精品等你来解锁哦.....

模型表层展示 - 顺畅流程体验	运营载体	个人号							
	核心节点	主动引导	提问分析问题	总结引导问题	引导护肤方案	推荐产品	回应异议	成交	未成交沉淀
	关键页面								
模型底层能力 - 打磨核心策略	核心目标	破冰 用户信息存档	找出用户漏洞, 纠正并制造用户恐慌 输出价值 建立专业形象	归纳用户问题点, 制造危机感并铺垫产品	专业知识输出, 再次建立信任感, 引导产品区别	多方案效果价格对比, 刺激用户选择最好最贵的方案	打消用户顾虑	关单 优先成交 售后承接	维系客情关系
	运营策略	闲聊 (地区, 天气) 询问用户问题 (困扰) 为用户提供有价值的内容添加用户的好感度	优质提问, 找出用户漏洞, 纠正并制造恐慌	总结用户问题 下危机 病理图, 制造危机感 引导改善、输出女性价值观	引导产品区别 产品优势 体现专业度 (专业知识, 病理肌肤形成原因以及改善方案)	2个要求 3个方案 1个案例	产品安全证明 (官方认证等) 用户证言 (效果对比图) 利用价值讲效果 帮客户算账 售后保障 身份证明 拉近客情关系【申请优惠】	先要地址再申请优惠价格 优先线上支付, 不行再提 定金或是到付, 优先成交 官网购买: 信任度较高, 为后期转化做伏笔	引导继续关注 提供关注 重复回访 情感加深
	运营动作	主动关怀 天气 特产 新闻 地区 朋友圈 工作 小孩 婚姻 婆媳 明星八卦 询问称呼、年龄大小	家庭组成分析 家庭收入分析 核心顾虑 配置方案解析 赞美 价值观 紧迫感	总结用户问题 专业知识分析用户问题 并立为图示意图辅助 提供改善方案 用户改善对比图 女性价值观输出, 拉拢人心 家庭价值观	横向产品比较 纵向产品比较 针对核心顾虑罗列优势 险种对比图 品牌荣誉背书 品牌荣誉文章/链接 官方工作状态视频	搭配多个解决方案【价格、功效不一】 2个利他互动小要求 1-2个真实案例; 用户证言【效果图展示】 利用同理心, 输出女性价值观 介绍产品方案	可以保障的效果 官方的背书 价格的灵活空间 价格的优势 买赠的福利 售后的专业人员规模 售后的服务流程 紧急售后的处理 1-2个案例	活动优惠期间 官方停保时间 名额限定	引导用户继续关注IP动态 有疑问可以随时沟通 有更合适的第一时间推荐 小技巧 生活、工作、情感 定期重复回访意向用户 与用户做朋友
模型底层能力 - 抓住用户心理	用户心理	好奇心 有点不耐烦 被提供的内容价值吸引, 有点耐心回复	好像还挺专业的 痛点被说中了	想继续追问 心理担忧, 主动想知道该怎么办	想深入了解	价格有点贵, 是不是正品, 有没有效果	有点想买, 价格对比有没有优惠, 有没有赠品	很想感谢她, 马上就想买	感激提供的价值, 有肌肤问题会第一时间询问

任务宝群转模型

模型简介：该模型通过裂变分享体系，促使用户分享至各社群/朋友圈的好友，通过社群督学建立价值感和用户信任，结课后通过社群触达用户，转化正价课

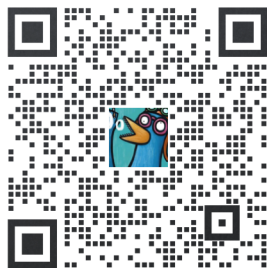
模型适合：教育行业

往期效果：公众号新增关注**50513**，整个活动新粉丝占比**78.6%**，平均**1**个用户能带回**2**个新用户

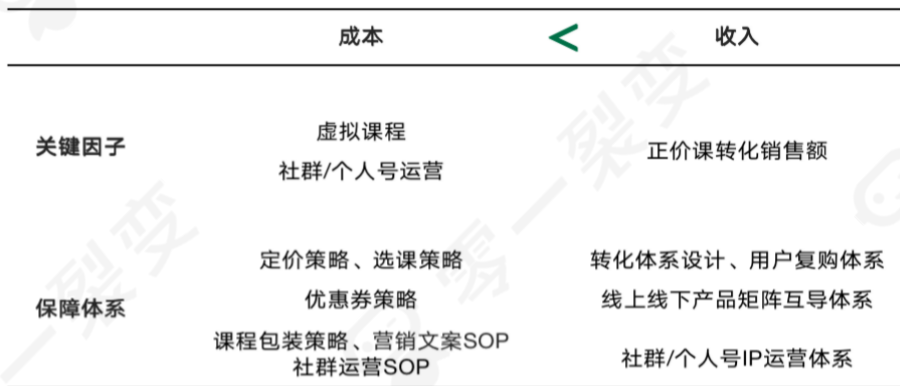
往期相关客户



加我领原图，得更多干货！

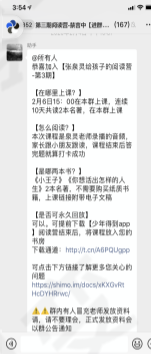
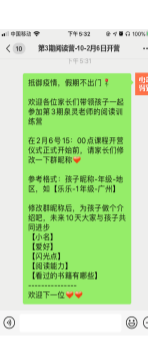
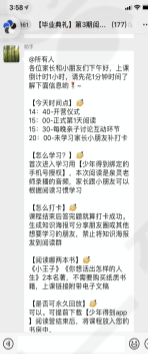
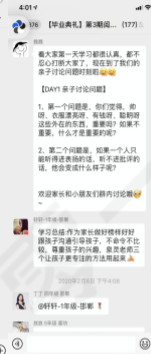


成本与收入-经营模型



核心节点-私域转化模型



	核心节点	活动宣发	裂变分享			私域沉淀							私域转化		
		公众号触达	生成海报	完成分享任务	进群禁言	自我介绍	开营倒计时	社群上课	打卡分享	亲子互动问题	家长小课堂	打卡奖励	优惠触达	结营复购	
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面														
模型底层能力 - 打磨核心策略	影响因子	触达文案 触达时间	海报文案 IP背书 价格锚定	阶梯奖励设置 文案引导	文案样式 文案内容 推送时间	内容互动性 文案引导	推送时间 问题针对性解答	通知时间 上课流程引导	打卡海报 分享引导	问题难度 有趣性	分享资料启发感	打卡时长 阶梯奖励设计	优惠发放技术与数量	多角度文案 推送时间节点	
	数据模型	触达人数	关注公众号人数	邀请任务完成人数	进群人数	自我介绍人数	互动人数	完课率	分享回流人数	互动人数	互动人数	打卡率	购买人数	购买人数	
	运营策略	奖励调研 成本控制	名人背书 紧迫性 刚需性	邀请阶梯设计 利他性	减少不必要消息骚扰 用户关心问题前置展示	官方老师引导 家长的攀比心理	塑造正式的氛围 提前开营	上课路径引导图 上课设备答疑引导	打卡海报特色设计 分享利他性一起学习 群规规定不在群内发海报 水军引导发朋友圈截图	家长与孩子互动 加深付费者体验	家长科普知识 课程价值延伸	紧迫性限时 利益包装	优惠券力度 志愿者氛围引导	从众购买氛围 结营感谢	
模型底层能力 - 抓住用户心理	希望用户做出的行为	参加活动	海报扫码	分享海报	进群	自我介绍	阅读内容	每日上课	打卡分享	与家长互动	家长查看资料	领奖励购买	领奖励购买	复购课程	
	情绪值	8分	7分	7分	8分	8分	9分	9分	8分	8分	8分	9分	9分	9分	
	用户想法	张泉灵的免费训练营，之前没有，现在看一下	分享好友可以一起学，又可以领奖励	再邀请一些好友可得大奖，试试	想发消息，禁言就先看下群内容了	按着给的格式写下自我介绍吧	上课讲什么呢，什么时候上课呢？	怎么用上课小程序	怎么打卡，打卡分享在哪里	有一个小作业，那么叫上家长一起做	加餐内容耶，看一下，确实干货很多	坚持打卡，终于领到优惠，没有领到那就现在再坚持一	难得有优惠，可以考虑下购买	课程内容体验还不错，可以买后面一直看	

投放获客群转模型

模型简介：该模型通过低价体验课的投放获取持续的精准用户流量，同时将用户沉淀到个人号/公众号/社群，通过社群督学建立价值感和用户信任，结课后通过社群和个人号触达用户，转化正价课

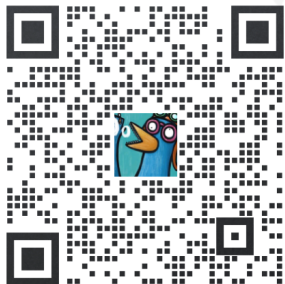
模型适合：教育行业

往期效果：CPA为50，正价课转化率12%，ROI为3.12

典型案例



加我领原图，得更多干货！

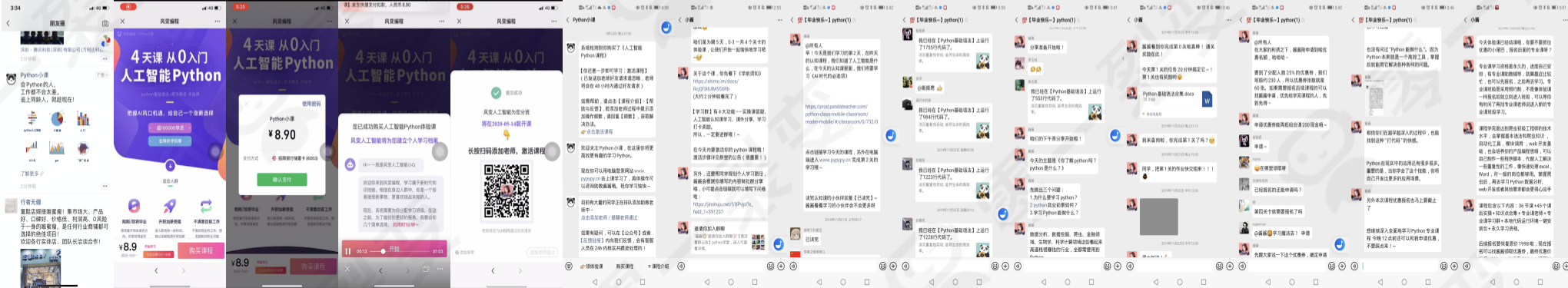


成本与收入-经营模型

	成本	<	收入
关键因子	投放成本 虚拟课程 社群/个人号运营		正价课转化销售额
保障体系	定价策略、选课策略 投放策略、优惠券策略 课程包装策略、营销文案SOP 社群运营SOP		转化体系设计、用户复购体系 线上线下产品矩阵互导体系 社群/个人号IP运营体系

核心节点-私域转化模型



		核心节点			广告投放					私域沉淀				私域督学				正价课转化											
		朋友圈触达		课程详情页		支付成功		填写档案		沉淀个人号		自动关注公众号		引导进群		社群督学		社群引导分享作业		社群加餐分享		个人号催课		社群中期转化		社群结营转化		个人号结营转化	
模型表层展示 顺畅流程体验	模型表层展示																												
	关键页面																												
模型底层能力 打磨核心策略	影响因子	广告文案 广告图片		课程价值 课程价格 紧迫感		支付金额		引导文案		引导文案		技术支持		引导文案 发送时间		引导文案 发送时间		引导文案 志愿者引导		分享内容质量 志愿者互动		引导文案 奖励吸引力		引导文案 购买福利 志愿者引导		引导文案 购买福利 志愿者引导		引导文案 购买福利	
	数据模型	点开广告人数		支付人数		确认支付人数		填写档案人数		添加个人号人数		关注公众号人数		进群人数		学习/完课人数		完课/分享人数		参与分享会人数		学习/完课人数		转化人数		转化人数		转化人数	
模型底层能力 抓住用户心理	运营策略	文案简洁 击中用户需求 图片关联主题		1/ 详细描述课程价值 2/ 设置8.9元低价 3/ 倒计时和限名额引起紧迫感		1/ 8.9元低价 2/ 支付流畅度		1/ 告知填写理由：更好的服务 2/ 告知填写时长：只需1分钟		添加个人号才能听课		技术支持 自动关注，无需操作		提供进群动力： 答疑、课外分享、打卡奖励		1/ 课前导读 2/ 引导用户恢复【已读完】激发从众心理		引导学员将作业链接发到群内，引起从众心理		分享课程延伸内容，为正价课转化埋下钩子		1/ 对完成课程的进行鼓励，没有完成课程的进行催课 2/ 口吻亲切、活泼、接地气		1/ 介绍正价课内容 2/ 提供正价课优惠 3/ 志愿者咨询正价课		1/ 介绍正价课内容和购买原因 2/ 提供正价课优惠、购买福利、分期购买资格 3/ 志愿者展示购买截图		1/ 介绍正价课内容和购买原因 2/ 提供正价课优惠、购买福利、分期购买资格 3/ 志愿者展示购买截图	
	希望用户做出的行为	点开广告		支付		确认支付		填写档案		添加个人号		点击上课指引		进群		上课并完成作业		完课并分享作业		参与分享会		上课并完成作业		购买正价课		购买正价课		购买正价课	
	情绪值	8		9		9		7		8		8		8		9		9		8		8		8		9		8	
	用户想法	有点意思，点开看看		内容丰富，才8.9元，可以买来试试		买不买呢？买吧，不贵		要填档案，有点麻烦		为了激活课程，个人号还是得加		链接点点看看		学习群有这么点福利，肯定要加呀		体验不错，第一天学习要加油		大家都发，那我也发吧		加餐内容不错，课程之外还有这么多东西		可爱的助教，我都不好意思不回你了		正价课不知道要不要买，纠结		课程挺不错的，现在也有优惠，我到底要不要买		之后可能就涨价了，买不买呢	

导购赋能型私域转化模型

模型简介：该模型充分赋能客户拥有的导购渠道资源，并实现裂变传播，再通过私域流量池持续复购转化，实现裂变拉新与转化效果的组合打法。

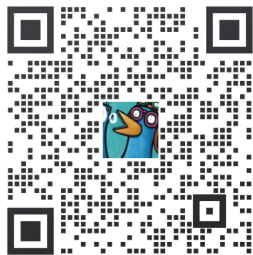
模型适合：有较多销售/导购资源的客户

往期效果：裂变购买转化率为外部KOL投放转化率的2倍+，个人号添加率40%+

往期相关客户

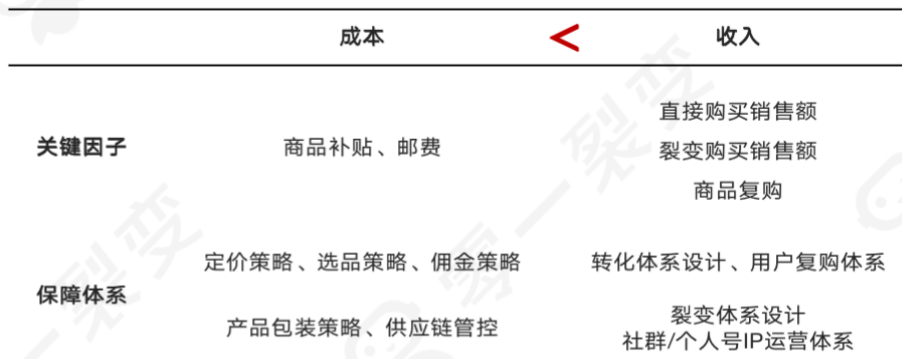


加我领原图，得更多干货！

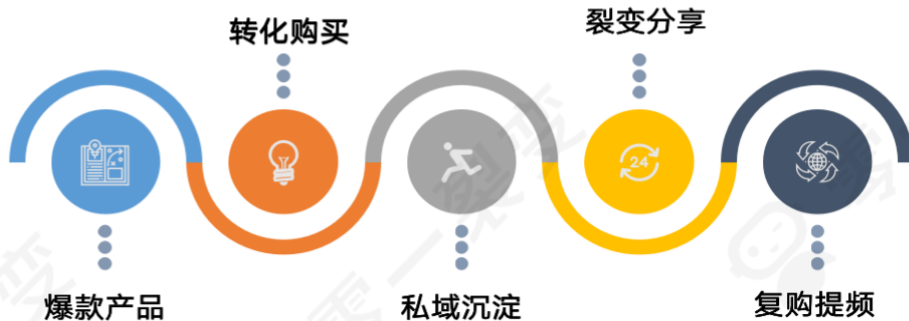


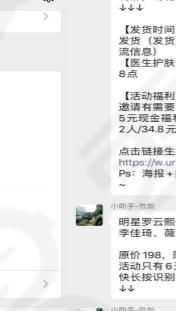
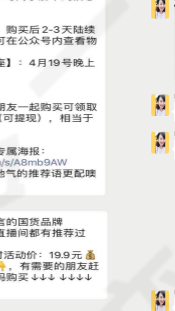
* 因与企业客户合作有保密协议，且行业竞争激烈，部分数据已隐去

成本与收入-经营模型



核心节点-私域转化模型



		核心节点	爆款产品			转化购买			私域沉淀		裂变分享		复购提频				
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面		购买页面	活动信任背书	产品优势	填写地址	立即支付	挽留弹窗	购买成功页面	添加客服	活动首页	分享素材	分享反馈	进入活动福利群	群员互动	客服承接	公众号查询物流
																	
																	
模型底层能力 - 打磨核心策略	影响因子		主题吸引力 购买人数 时间紧迫感	品牌信任度 产品优势 用户价值	价格锚定 产品优势展示 折扣对比	流程填写方便性 微信一键获取 手动填写	付款主体 支付金额	挽留话术 挽留设计	添加话术 页面设计	地区选择 引导添加话术	分享悬浮设计 文案引导	返利金额 引导文案 海报文案	分享话术 用户精准度	引导添加进群话术 群引导分享话术	收益截图 互动话术 互动人数	弹窗提示语 按钮位置	发货速度 发货信息 延迟发货话术
		运营策略	品牌优惠 大咖背书 限时特价 痛点挖掘	建立品牌信任背书 突出产品优势 从众心理 激发兴趣	营造稀缺感 勾起购买欲望	清晰引导 极简流程 一键读取微信地址	技术支持 支付流畅度	支付挽留 再次召回用户购买	福利引导 沉淀私域流量	区分地区 精细化运营	分享奖励设计 分享设计吸睛	利他性 分享优惠好物 利己性 分享赚收益	实时反馈 多触达形式引导分享	后续福利留存 分享素材提供	社群从众效应 群员分享引导	服务保障支持 活动可信度	菜单栏福利 快递功能支持 文章内容转化
		希望用户做出的行为	浏览	浏览	浏览	填写地址	支付	再次支付	添加个人号	选择地区	发起分享	保存分享素材	再次分享	留意群消息	消息互动	添加客服	查询信息
模型底层能力 - 抓住用户心理	情绪值	7分	7分	8分	7分	7分	7分	7分	8分	7分	7分	7分	10分	7分	8分	7分	7分
	用户想法	优惠活动 看一看	一直在用，产品可靠 销量还不错，再了解一 下	这次活动价格还挺 便宜的可以买 之前没有用过，尝试一 下	之前已填过微信地址 了 直接授权方便	付款价格是一样的 直接付款 好像不是很有必要买	好像有点贵 问问客服先吧	付款完了然后呢？ 怎么查物流？ 加个人号还有优惠喔	选个自己的地区加一 下吧	推广能赚钱？看看	邀请1人购买，得5元，分 享试试	还真有，在发一次看看能 不能拿到更多返现	分享好友购买自己能赚返现是真的吗？	别人都收到了，不要 我也尝试一下看看	问问客服一些问题	留意下公众号的物流 推送消息先	

门店导流型私域转化模型

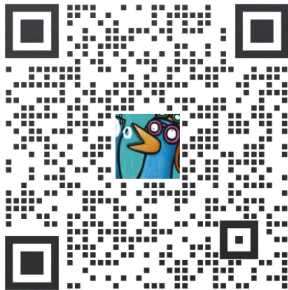
模型简介：该模型通过以优惠福利为诱饵，将门店流量导流到企业微信中。再筛选用户到社群中，通过精细化运营，通过跟用户的互动，提升用户的复购频次。

模型适合：零售门店私域社群转化

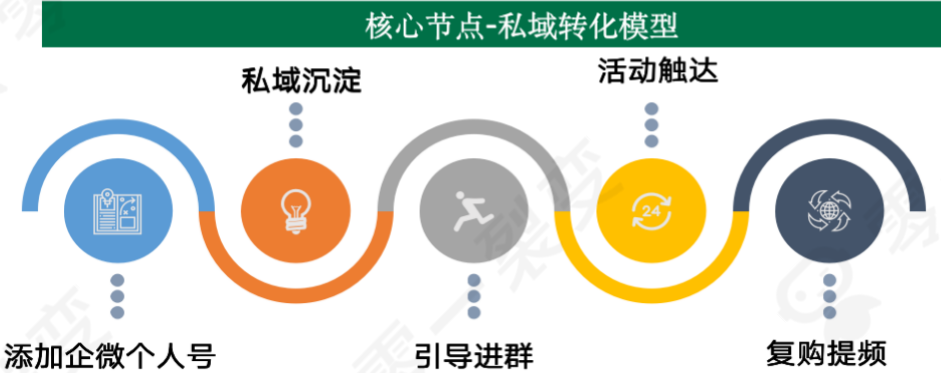
典型品牌

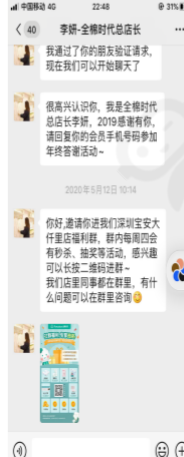
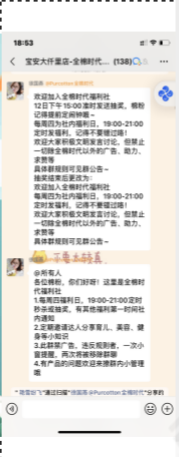
PurCotton
全棉时代

加我领原图，得更多干货！



成本与收入-经营模型		
	成本	收入
关键因子	商品补贴	消费频次
	优惠券补贴	商品复购
保障体系	优惠发放策略、营销活动策略	转化体系设计、用户复购体系
	定价策略、产品包装策略	企微人设IP打造



	核心节点		私域沉淀				社群转化			
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面		引导进群	海报诱饵展示	新手指引	日常运维	转化手段			
	加我领原图，得更多干货！									
模型底层能力 - 打磨核心策略	推送内容	社群海报	社群福利	会员福利详情 社群规则详情	日常问候	用户证言	抽奖活动	日常优惠展示	活动促销	活动参与方式
	运营抓手	福利诱饵 海报展示	活动福利	自动欢迎话术 社群基本规则	唯美图片 问候心语	商品实际价格 用户证言	福利活动指引	商品详情展示	大促 预付定金 会呼吸的面料	活动详情 活动文案
	核心目标	用户进群率	用户进群率	提高留存率 提高转化率 培养用户在微信私域的购买习惯	增加用户感知 培养用户粘性	用户购买人数	提高活动参与率	提高购买率	提高复购率 提高客单价	用户参与人数
模型底层能力 - 抓住用户心理	用户心理	这么多优惠，我也试一下看看能领到啥		定期有拼团、秒杀，反正也不费劲，先参与看看呗，价格能比平时	一早起来收到问候，心情不错	真的很便宜，我也想看看有没有合适我的	大家都抽了，看看我能抽到啥	每天都有不一样的产品做活动，看看今天有没有还不错的	大促听起来好像蛮多折扣的样子，扫码进去看看	不用自己想发圈内容，1w份我应该可以拿到吧，先参与下试试呗

社区私域转化模型

模型简介：该模型通过个人号/公众号获取精准用户，同时通过社群运营裂变分享体系，提高用户的留存及复购频率。

模型适合：生鲜电商高频商品

典型品牌



加我领原图，得更多干货！

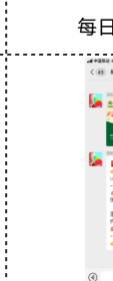
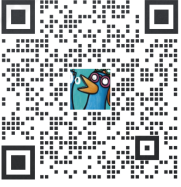


成本与收入-经营模型

	成本	<	收入
关键因子	商品补贴 分享奖励补贴		邮费差价 高客单商品复购
保障体系	试用选品策略、奖励成本调控策略 定价策略、产品包装策略、供应链管控		转化体系设计、用户复购体系 个人号IP人设打造

核心节点-私域转化模型



	核心节点	私域沉淀				社群转化			社群维护
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面								
模型底层能力 - 打磨核心策略	推送内容	菜单栏配置	各地区客服二维码	地区社群引导	每日优惠单品推送 红包福利	拉新活动详情	每日优惠单品推送 特定节日单品推送 红包福利	单个爆品活动推荐	客诉一级响应
	运营抓手	话术引导	区域微信客服专属服务 群内福利 微信随时在线客服	基于前置仓配送点 建立精准地区社区	每日鲜蔬 每日固定活动	邀请可得牛奶	特定节日商品优惠 红包福利	单个爆品优惠活动 会员折扣 专属会员红包	客诉响应及时 私信解决客诉
	抓住用户心理	 点击率	培养用户习惯 提高用户品牌感知	增加用户信任感 培养用户在微信私域的习惯	提高用户购买转化率 培养用户习惯 提高用户留存率	提高用户活跃度 拉新客首单 提高用户传播率	提高用户购买转化率 培养用户习惯 提高用户留存率	提高会员购买人数 提高会员下单人数 提高客单价	稳定社群氛围 稳定用户情绪 提高留存率
		有福利诶，看看是干啥的	还有专门的深圳群，身边有没有认识的在群内呢	通过好友的速度很迅速啊，赶快加入看看	每周一都是一样的活动吗，看看今天的产品	每天会发几次专属福利，都有些什么产品嘞	终于等到荔枝做活动了，再看看有没有别的可以一起买了	榴莲竟然有活动，不知道好不好，要不买次试试	用户诉求响应一级啊

玩法背后有哪些底层系统支撑？

触达系统

公众号消息系统
分销支付提醒
群消息系统

精细化运营系统

全链路数据打通系统
公众号标签系统
运营数据看板
活码活链系统

后端支持系统

技术需求日更系统
社群运营系统
客服系统



加我领原图，得更多干货！

社群运营数据看板

数据层面

数据颗粒度：

整体数据	单群数据	单个用户数据	每日数据	累计数据
------	------	--------	------	------

数据维度：

进群			到课				正价课转化			
购买体验课人数	进群人数	进群率	总到课人数	平均到课率	第1/2/..n课到课人数	第1/2/..n课到课率	总领优惠券人数	领优惠券率	正价课付费人数	正价课付费率

已访问用户						
用户	访问时间	是否领券	领券时间	是否使用券	使用时间	是否听课程1
用户头像	2020-05-25 15:00:28	否	-	否	-	是
用户头像	2020-05-25 15:00:17	否	-	否	-	是
用户头像	2020-05-25 14:59:57	否	-	否	-	是
用户头像	2020-05-25 14:59:52	否	-	否	-	是
用户头像	2020-05-25 14:59:48	否	-	否	-	是
用户头像	2020-05-25 14:59:46	否	-	否	-	否

二维码列表

分类管理

分类二维码



已上传数量：150个

已分配人数：17687人

推广链接：<http://kg.qq.com/bangel...>

[下载二维码](#)

自动创建：每个用户访问时生成一个二维码

自定义提示：一定需要提示，不然就是无法上课的提示

获取用户数据：已关闭

分类统计：河南、安徽、山东、河北、江苏、浙江、广东、其他地区

[统计报告](#)

二维码列表

分类标题

河南

过期时间

2020-06-01 15:03:24

绑定用户数

150

自动创建值

150

用户

[修改二维码](#)

[删除](#)

河南-15



2020-06-01 15:03:24

150

150

[修改二维码](#)

[删除](#)

河南-14



2020-05-31 23:49:54

150

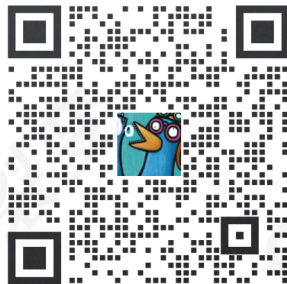
150

[修改二维码](#)

[删除](#)

社群运营数据看板

加我领原图，得更多干货！



运营层面：多维度数据和同一个数据看板，指导运营策略

- 及时监控每日数据，针对性提高进群率、到课率、领券率、正价付费率；
- 监控每个群的数据，针对性地对群做运营动作。适合同一期训练营由不同社群人员运营的情况；
- 总结运营规律，针对性优化运营动作（例：提升第n课到课率可以提升正价课付费率）

技术层面：通过活码和活链功能，将分销平台和上课平台打通、并将数据整合到同一个看板中

功能名称	具体功能
活码	获取进群用户数据
	识别购买用户，防止未购买者听课
活链	打通分销和上课平台，获取到课用户数据
	识别购买用户，防止未购买者进群
用户昵称匹配	打通分销和上课平台，获取正价课付费数据

1元解锁玩法对比数据有什么优势？

评审维度	精准用户筛选效率			用户留存效率			裂变效率			正价转化效率		
	总UV	总进群	进群转化率	订单量	关注公众号	关注转化率	分享完成率	分享回流率	分销 回流订单率	到课率	完课率	正价转化率
数据定义	——	进群人数	进群/总UV	下单购买 人数	——	关注人数/ 购买人数	分享成功 带来的人 数/总UV	裂变人数/ 分享成功 人数	分销订单 数/分销成 功人数	——	——	——
1元解锁	——	——	39%	——	——	——	24%	5.6	3.5	——	——	——
任务宝	——	——	19%	——	——	——	22%	3.4	-	——	——	——
分销	——	——	49%	——	——	——	9%	3	3	——	——	——

加我领原图，得更多干货！

价值对比验证			
序号	问题	详情	数据验证结论
1	哪种玩法的筛选效率更高？	更多精准用户进群	——
2	哪种玩法的粉丝留存效率更高？	更多用户被留存和触达	——
3	哪种玩法的裂变效率更高？	更容易激发用户传播欲望以及更容易被参与	——
4	哪种玩法的转化效率更高？	同样的群转模式谁的产出更高	——



1元解锁模型-简介

模型简介：该模型通过付费筛选出精准用户，同时加入分销佣金和多阶任务体系，极大地促进用户分享传播，实现强裂变拉新与正价高转化效果的组合打法。

模型适合：教育行业、零售电商行业

往期效果：用户精准筛选及留存效率远高于日常裂变玩法，且裂变系数>500%，为正常裂变活动的2倍+

往期相关客户



加我领原图，得更多干货！

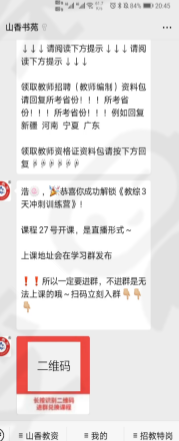
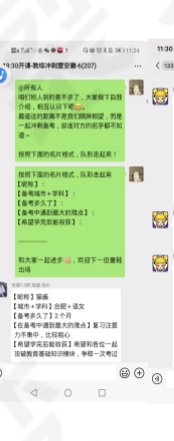


成本与收入-经营模型

	成本	<	收入
关键因子	商品补贴、邮费 虚拟课程		直接购买销售额 裂变购买销售额 正价课转化销售额
保障体系	定价策略、选课策略、佣金策略 课程包装策略、营销文案SOP		正价课转化体系 裂变体系设计 社群运营体系

核心节点-1元解锁模型



	核心节点	购买转化				私域沉淀				裂变分享				私域运营&转化				
		海报	详情页	支付	挽留弹窗	下单成功后填写手机号	引导关注公众号	引导进群	选择区域进群	群内引导	志愿者引导	分销解锁页面	生成专属海报	获得分享收益	自我介绍	开课预告	提供练习	正价课转化
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面																	
	加我领原图，得更多干货！																	
模型底层能力 - 打磨核心策略	影响因子	海报视觉 课程价值 课程价格	课程价值 额外福利 从众心理 价格对比 紧迫感	支付金额	挽留设计	引导文案	引导文案	引导文案	引导文案	邀请福利 操作便捷性	邀请福利吸引力 从众心理	奖励设置 门槛设置	引导分享文案 海报文案	解锁进度提醒	通知时间 班主任引导文案 志愿者引导	通知时间 引导文案	通知时间 引导文案 趣味答题	转化时间 课程价值 课程价格 课程优惠 紧迫感
	数据模型	扫码人数	点击解锁按钮人数	确认支付人数	继续支付/添加客服微信 信人数	填写手机号人数	关注公众号人数	扫群活码人数	进群人数	邀好友下单	邀好友下单	邀好友下单	邀好友下单	继续邀请好友下单	自我介绍	参与学习	参与答题	购买正价课
模型底层能力 - 抓住用户心理	运营策略	1/ 海报视觉: 亮色吸引注意 突出重点信息 2/ 课程价值: 露出品牌增强势能 课程击中用户需求 3/ 课程价格: 1元低价促进用户下单 1元低价筛选精准用户	1/ 详细描述课程价值 2/ 提供分销额外福利 3/ 跑马灯和实时已购买 人数激发从众心理 4/ 展示原价 5/ 倒计时引起紧迫感	1/ 1元低价 2/ 支付流畅度	1/ 支付挽留，再次召 回用户购买 2/ 提供客服联系方 式，给用户顾虑提供解 决入口	1/ 告知填写理由 2/ 提供操作进度条	以听课为诱饵引导扫码	以听课为诱饵引导扫码	以听课为诱饵引导扫码	1/ 告邀请福利 2/ 提供一键生成海报 的链接	志愿者展示自己邀请好 友得到的奖励，并展示 奖励的高价值	1/ 奖励符合用户刚需 2/ 分销人数在用户可 接受范围内	实时提醒用户距离下一 个福利需要邀请的好友 数	解锁进度实时更新，促 进用户继续解锁	1/ 班主任引导参 与自我介绍 2/ 志愿者配合进 行自我介绍，引起 从众心理	提前告知学习节 奏，让用户有把控 感	1/ 提供习题和答 案创造价值感 2/ 操作便捷性和 从众心理引起用户 踊跃答题	1/直播课结束后进 行转化，利用群活 跃度和用户刚听完 课产生的信任感 2/提供680+元的优 惠 3/ 4天后恢复原价 引起紧迫感 4/提供海报和详情 页供用户了解详细 的课程内容
	希望用户做 出的行为	扫码浏览详情/购买	点击支付	确认支付	继续支付/添加客服微 信	填写手机号	扫码并关注公众号	扫群活码	进群	邀好友下单	邀好友下单	邀好友下单	邀好友下单	继续邀好友下单	自我介绍	学习	答题	购买正价课
	情绪值	8	9	8	8	8	7	7	7	8	8	8	8	9	8	8	9	9
	用户想法	1元这么便宜，看一看	挺不错的，而且才1元。 这么多人买了，快考 试了，我也不能输	就1元，相当于不要 钱，买	支付失败，我重新支付 一下	为什么要填手机号？好 吧，既然是为了获取凭 证那我就填一下	怎么还要扫码？为了听 课只能扫了	还要扫码？都到了这一 步了那我再操作一下吧	还能选自己的区域，挺 好！	终于进群了，开心 邀请好友还能得福利， 我也试试	什么资料这么好？说不 定能给我的考试加分， 我也邀请朋友下单 拿一份	只要邀请朋友付1元就 能得这么多奖品	直接转发给好友下单吧	拿到奖励了，也没多费 劲，再多邀请几个	大家都自我介绍 了，我也不用不好 意思，自我介绍一 下吧	学习安排得挺丰富	答题真有趣，有奖 励就更好了	直播课老师讲得不 错，正价课应该也 会不错，优惠了这 么多，赶紧买，过 两天就涨价了

泛社交传播型私域转化模型

模型简介：该模型通过吸睛地福利奖励获取精准用户，同时通过裂变分享体系，促使用户分享至各社群/朋友圈的好友，后期通过长用户生命周期精细运营，转化购买高客单价商品。

模型适合：高客单价商品

往期效果：裂变回流效率为**400%+**，派样个人号添加率**50%+**

往期相关客户



加我领原图，得更多干货！



* 因与企业客户合作有保密协议，

数据已隐去

成本与收入-经营模型

	成本	<	收入
关键因子	商品补贴 分享奖励补贴		邮费差价 高客单商品复购
保障体系	试用选品策略、奖励成本调控策略 定价策略、产品包装策略、供应链管控		转化体系设计、用户复购体系 个人号IP人设打造

核心节点-私域转化模型



	核心节点	1分钱体验样品		领取转化			私域沉淀	裂变分享					私域转化		
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面	样品列表	1分钱样品详情	填写地址	挽留弹窗	购买成功	添加客服	发起邀请	分享文案	分享海报	个人中心	排行榜	好友购买	朋友圈运营	复购转化
															
模型底层能力 - 打磨核心策略	影响因子	商品多样化选择 领取人数 商品吸引力	文案吸引力 时间紧迫感 优惠力度	流程填写方便性 微信一键获取 手动填写	挽留话术 挽留设计	添加与分享话术 页面关键点设计	流程引导指示 添加话术 个人号人设 个性签名	分享引导设计 分享引导文案	分享话术 引导分享文案	主标题文案 海报设计	返利金额 邀请列表展示 引导分享文案	榜单奖品设计 引导分享文案	商品展示设计 领取文案引导	朋友圈人设打造 素材类型	产品优势 痛点与场景挖掘
	数据模型	进入页面人数	进入商品人数	填写地址人数	继续支付/添加客服 人数	支付人数	添加客服人数	发起分享人数	复制文案人数	生成海报人数	提现人数 分享人数	邀请总人数	分享领取人数	互动消息	购买人数
	运营策略	0.01元优惠 限时领取 从众心理	突出产品优势 展示价格明细	清晰引导 极简流程 一键读取微信地址	支付挽留 再次召回用户购买	奖励强引导 添加客户返现	利他性突出福利奖励 人设突出专业服务	重点突出海报分享	利他性文案引导 多版本文案测试	海报六要素 多版本海报测试	实时奖励提醒 奖励展示清晰	突出榜单奖品 自身排行名次	强引导领取 次引导邀请分享	人设运营体系 素材内容库	销售转化八步法
模型底层能力 - 抓住用户心理	希望用户做出的行为	浏览	填写地址	支付	再次支付	添加客服	添加客服	海报分享	复制话术	成功邀请好友	提现	多次分享	好友点击领取	朋友圈互动	产品购买
	情绪值	7分	7分	8分	7分	8分	7分	7分	8分	7分	9分	9分	8分	7分	7分
	用户想法	很多1分钱领的商品，看看有没有想要的	这个商品还不错，领取一下	填写地址信息，可以一键授权	原来那么多人都领了，我也领不亏	添加客服还可以返现，添加一下	客服形象很专业	看到重点突出的颜色，会优先点击	已有参考的文案，那就直接复用	分享海报给好友	多邀请多得，再次发起邀请	排行榜奖励更诱人，分享多一点试试	0.01元领，很划算，试一下	懂得很多，很专业，让我学到不少知识	确实是我需要的，而且有效果，产品也不错

投放获客型私域转化模型

模型简介：该模型通过标准流量的投放获取持续的精准用户流量，同时以优惠券奖励裂变活动促进裂变传播并使用户多次复购，后续通过个人号/社群持续触达，提升用户ARPU值。

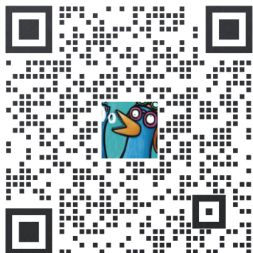
模型适合：普适性强、高频复购产品

往期效果：投放成本降低30%+，裂变新客获客成本降低50%+

往期相关客户



加我领原图，得更多干货！



* 因与企业客户合作有保密协议，且

数据已隐去

成本与收入-经营模型

	成本	<	收入
关键因子	商品补贴 投放成本 优惠券成本		直接购买销售额 裂变购买销售额 多次复购销售额 线下购买销售额
保障体系	定价策略、选品策略 投放策略、优惠券策略		转化体系设计、用户复购体系 线上线下产品矩阵互导体系
	产品包装策略、供应链管控		裂变体系设计 社群/个人号IP运营体系

核心节点-私域转化模型



	核心节点	选品投放		购买转化		裂变分享				私域沉淀			复购提频	
		投放素材	爆款补贴商品	购买商品	领现金红包	获得现金券红包	分享页面	分享成功页	活动首页	邀请列表	挽留弹窗	社群互助	进入活动福利群	群员互动
模型表层展示 - 顺畅流程体验	关键页面													
模型底层能力 - 打磨核心策略	影响因子	投放创意素材 投放人群 投放商品	文案包装 品牌背书 优惠价格	凑单文案引导 结算价格 登录流程	标题文案 福利包装吸引力	反馈金额的大小 页面动效	利他/利己分享文案 海报样式	反馈金额的大小 页面动效	诱饵价值感知 活动时间 完成难度	流量沉淀设计 样式 分享/进群引导文案	挽留理由 按钮设计	社群互助氛围 活动福利大小	社群展示文案 活动奖励门槛 奖励吸引力	群员互动钩子 活动发布节奏
	数据模型	投放成本	加购人数	购买人数	活动参与人数	分享人数	好友/海报分享人数	分享人数	分享人数	进群人数	挽留人数	分享回流人数	参与活动人数 奖励成本	消息互动人数 复购销售额
	运营策略	商品亮点 限时特价 痛点挖掘	利益驱动（特价） 价格：锚定效应	利益驱动（凑单）	意外惊喜 信任驱动 熟悉场景	目标渐进效应 建立极度容易目标	消除行为阻力 利他分享包装	目标渐进效应 可变比例变化	从众效应：跑马灯 稀缺效应：倒计时	提升行为能力 明确行为指引	意外惊喜 厌恶损失效应	社群定位 从众心理	后续福利留存 捡便宜心态	社群从众效应 群员分享引导 福利商品拼团
加我领原图，得更多干货！														
		点击	加入购物车	购买	点击按钮	分享活动	保存海报	继续分享	继续分享	进入社群	继续参加活动	分享小程序互动	参加活动	日常互动与复购
		8分	7分	6分	9分	7分	7分	7分	7分	7分	8分	8分	9分	8分
		优惠活动看一看	原来是真的，看有哪些想买的	需要包邮找凑单品，看看有没有	20元是真实的吗？领一下先	居然有17块离20还差一点顾虑：但是要分享	要分享才能得呀感觉又会打扰人随便试试分享一下	居然加钱了再点点试试	又加钱了，只差1.8元疑惑：接下来需要继续点击分享吗	有些好友居然加得这么少，我到底怎么才能邀满20元？	居然又加钱了，我再试试吧	社群互点一下就可减免了，再分享一下	福利活动每天定时参加，不错过	拼团商品很划算，而且时间差不多结束，有些不错就购买了

分销获客裂变模型												
模型表层展示 - 顺畅流程体验	核心节点	活动宣发	裂变分享			私域沉淀				私域转化		
		朋友圈触达	生成海报	获得分享收益	销售激励	引导分享	水军引导	开课倒计时	上课提醒	学习奖励	私信领奖销售转化	公众号粉丝沉淀
	关键页面											
模型底层能力 - 打磨核心策略	影响因子	触达文案 触达时间	海报文案 品牌IP背书 价格锚定	二级分销奖励设置 从众引导	引导文案 利益分配 推送时间	内容互动性 文案引导	推送时间 问题针对性解答	倒计时紧迫感 分享引导	通知时间 上课流程引导	学习奖励 有趣性	专业利他私聊话术 学习情况监督	沉淀诱饵 推送时间
	数据模型	触达人数	扫码海报人数	分销完成人数	进群人数	分享人数	互动人数	分享回流人数	上课率	完课率	优惠券使用人数	公众号关注人数
	运营策略	奖励调研 成本控制	刚需性 紧迫性 品牌背书	50%一级 30%二级分销 利他性	调动自有销售员工 们的积极性 在利于用户的基础 上利于员工	官方老师引导 学生的攀比心理	从众效应引导 塑造正式的氛围 提前开营	上课路径引导图 上课设备答疑引导	分享利他性一起学 习 群规规定不在群内 发海报 水军引导发朋友圈 截图	学习奖励设计 加深付费者体验	限时限量优惠券 给学生优惠	利益包装 长期服务
模型底层能力 - 抓住用户心理	希望用户做出的行为	参加活动	海报扫码	分享海报	进群	引导分享	阅读内容	分配时间	准时上课	高效学习	进阶课程	持续学习
	情绪值	8分	7分	7分	8分	8分	9分	8分	8分	8分	8分	9分
	用户想法	山香教育这么划算的训练营，之前没有，现在看一下	分享好友可以一起学，又可以领奖励	再邀请一些好友可得大奖，试试	这个课程推广的时候还有提成，不错	这么多人分享给朋友还赚钱了，我试试	上课讲什么呢？	什么时候上课呢？	好好听听，这么便宜的课程质量怎么样？	这个奖励我挺喜欢的，坚持学习拿到他	坚持学习，拿到了奖励还得到了优惠券	加餐内容呀，看一下，确实干货很多

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）

英语类：四六级万词班专四专八雅思等

财经类：初级会计、中级会计、注册会计师、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审

公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360

银行：银行招聘、笔试、面试

教师资格：小学、中学、教师招聘面试

建筑：一建、二建、消防、造价

法考：主观题、客观题

多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容

精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI

课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...

押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计师、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。

资料领取微信：1131084518

行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽晕染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格考试备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

上万 GB 教学资料 (均全套, 非杂乱) 免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等 (全套 1000 多 GB)

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等 (更新超 2000GB)

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料 (超过 2 万 GB)

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	慕泉	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课		泡妞撩汉性福合集

注: 太多了, 无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好:	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器:	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动:	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	乒乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用:	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习:	英语				
电脑 IT:	办公 office	PS 美工教学			

暗号: 666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com



如果群里报告过期

请加**微信**联系我索取最新

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告;
- 2、每日分享当日**华尔街日报、金融时报**
- 3、**如果看到群里报告过期了，请扫码联系**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。

